



14.03.2015: Obwohl das unterstützende Konzert aus Trillerpfeifen von nahezu 400 Warnstreikenden am 13. März in Berlin bis in den Verhandlungsraum zu hören war, brachte auch die zweite Verhandlungsrunde der IG Metall mit der Mercedes Benz Vertriebsgesellschaft mbH (MBVG) zum kompletten Verkauf des konzerneigenen Vertriebs- und Service-Netzes in Ostdeutschland noch kein greifbares Ergebnis. Für 1500 Beschäftigte, die für die Niederlassungen in den Standorten Rostock, Schwerin, Magdeburg, Berlin, Dresden und Leipzig demnächst Tarifflicht, Stellenabbau und Ausbildungsstopp befürchten, blieb die erwartete, längerfristig zu sichernde Perspektive so ungreifbar wie zuvor. Das Symbol dafür ist nach wie vor der Mercedes-Stern, aus dem Konzernchef Dieter Zetsche die „Ost-Stütze“ herausägt.

Der Daimler-Vorstand hält trotz schwarzer Zahlen der MBVG am vollständigen Rückzug aus dem Osten im Sommer 2015 fest. Er äußert vage, einen möglichen Käufer nach eigenen Gütekriterien auszuwählen, nach dem Verkauf ändere sich nichts für die Betroffenen. Demgegenüber fordern Betriebsräte und IGM seit langem ein detailliert festzulegendes Alternativkonzept bei Eigentümerwechsel, das gegen Umstrukturierung und Kündigungswillkür greifen muss. Ohne die vorab festzuschreibenden Sicherheiten könne der Fachkräftestandard wohl kaum gehalten werden, sagte der Handwerkssekretär der IGM Berlin Joachim Fichtner auf der Kundgebung vor der Vertriebs-Zentrale Deutschland im Friedrichshain.



Tarifsekretärin Birgit Dietze teilte den angereisten Gewerkschaftern in einer Verhandlungspause mit, die MBVG habe allerdings erstmals ihren Handlungsbedarf zur tarifvertraglichen Absicherung der Arbeits- und Ausbildungsplätze sowie der Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten anerkannt. Aber leider ohne konkrete Vorschläge für den Erhalt ihrer Arbeitsplätze und der bisherigen Arbeitsbedingungen vorzulegen! „Die Daimler AG ist sich sehr wohl bewusst, dass wir den Erhalt der Tarifbindung fordern“, so Birgit Dietze. „Sie muss dafür sorgen, dass unsere Arbeit auch in Zukunft vernünftig abgesichert wird. Nach dem Verkauf sieht sie sich auch weiterhin in einer netzpolitischen Verantwortung, doch dies muss sie konkretisieren.“ Dazu gehöre auch, die zum Verkauf stehenden MBVG-Niederlassungen in eine Hand zu geben und keine Rosinenpickerei zuzulassen. Dafür fehlten konkrete Zusagen ebenso wie für die verpflichtende Verantwortung des Verkäufers, dass bisher gute Arbeitsbedingungen für die Kollegen auch während einer Übergangsfrist aufrechterhalten werden. Mit der Beibehaltung der geltenden Betriebsvereinbarungen und Betriebsratsstrukturen auf dem bisherigen Niveau wäre das garantiert.

Erste Netz-Ausgliederung schon vollzogen



Die IG Metall will jederzeit dafür sorgen, dass der Erwerber zum dafür auszuhandelnden Tarifvertrag samt Tarifbindung stehen muss. Zur ersten Verhandlungsrunde am 10. Februar wurde sie allerdings noch mit warmen Worten und Durchhalteparolen abgespeist. Jetzt hat sie mit größerem Nachdruck gleich die Mehrzahl der 600 Beschäftigten, die damals an Warnstreiken in sieben ostdeutschen Niederlassungen beteiligt waren, nach Berlin gebracht. Eine hundertprozentige Tochter-Niederlassung, die Thüringische Vertriebsfirma Russ & Janot mit Autohäusern in Erfurt, Arnstadt und Weimar, ist inzwischen trotz geleugneter Zerschlagungsabsichten ohne Absicherungen für die Kollegen verkauft worden.

Der Konzern ist bereits seit sechs Jahren, damals mitten aus seiner Absatzkrise heraus bestrebt, in Berlin angesiedelte zentrale Funktionen abzuziehen. Bei Daimler Financial Services ging es um knapp 500 Beschäftigte, und beim Mercedes-Benz-Vertrieb Deutschland um rund 1000 damals noch zum Konzernsitz Stuttgart zu verlagernde Arbeitsplätze. Daimler entschied sich erst 2010, den Mercedes-Vertrieb in Berlin zu belassen. 2012 wurde mit sehr viel überschüssigem Geld in die riesige hauptstädtische Vertriebszentrale im weiträumigen neuen Baufeld nahe der O2-Arena und dem Ostbahnhof investiert. 2013 wurde sie mit 1350 Mitarbeitern eingeweiht.

Neuordnung zur Aufholjagd hinter Audi und BMW



Die Profit-Aufholjagd und Neuordnung nach einem „Best Customer Experience“ hinter Audi und BMW nach einem Konzept bis 2020 sollte nun zu Lasten einer Standort-Trennung von 40 Niederlassungen in den westdeutschen und 16 Niederlassungen in den ostdeutschen Bundesländern vor sich gehen. Im September 2014, nur eine Woche nach dem von Mitarbeitern, Betriebsräten und IGM mitgetragenen Alternativkonzept zur Neuausrichtung der Niederlassungen, gab es plötzlich die neue Option, ausschließlich alle 63 ostdeutschen Autohäuser abzustoßen. Auch die 160 Mitarbeiter der Berliner Filiale in der Marzahner Rhinstraße sind davon betroffen.

Dabei wurden „zwecks Zukunftssicherung“ erst zu Jahresbeginn 2015 zahlreiche Niederlassungen zu Vertriebs-Verbünden zusammengefasst, um somit bis 2023 vor einem Verkauf geschützt zu sein. So wenigstens sah es noch der ausgewogene Abschluss vom 30.7.2014 zwischen dem Gesamtbetriebsrat und der Niederlassungskommission vor. Bis 2023 sollten demnach betriebsbedingte Kündigungen ausgeschlossen sein und die im Konzern verbleibenden Niederlassungs-Verbünde vor Veräußerung zu schützen. Allerdings könnten „einzelne Niederlassungen ... veräußert werden. Für die Beschäftigten dieser Niederlassungen gibt es einen umfassenden Nachteilsausgleich.“ Da die Proteste im April 2014 in Untertürkheim wohl größeres Aufsehen erregt hatten als auf dieser Basis das vertrauensselige Stillhalten in Ostdeutschland, war die neuerliche Ausrichtungsstrategie bald klar.

Der alte neue Stern einer neuen strategischen Partnerschaft

An Argumenten fehlte es bei den zahlreichen Solidaritätserklärungen für den aktuellen Warnstreik zwischen Rostock und Leipzig nicht: „Man muss an euch nicht sparen. Es ist genug Geld da. Die unmittelbar benachbarte O2-Arena - eingeweiht 2008 - wird ab 1. Juli 2015 Mercedes-Benz-Arena heißen.“ Der Erwerb der Namensrechte von der Anschutz Entertainment Group auf 20 Jahre, basierend auf dem Ausbau einer strategischen Partnerschaft, die „marktkonforme“ Umgestaltung der Halle, von der kompletten Neuausstattung mit 17 000 Postersesseln bis zur Außenreklame, lässt sich die Daimler AG jährlich 6,5 Millionen Euro kosten. Unter dem riesigen Mercedes-Stern am Decken-Firmament sollen sich jedes Jahr 1,3 Millionen Besucher mal so richtig wie in einem Traumauto fühlen.

„Es ist eine Frechheit, was sie euch zumuten. Wir unterstützen euren Protest, denn Geld ist genug da“, erklärt Patrick, ein junger Mann aus Thüringen, unter ringsum zustimmendem

Für noch mehr Profit: Mercedes verkauft 1500 ostdeutsche Vertriebsarbeitsplätze

Kategorie: Wirtschaft

Veröffentlicht: Samstag, 14. März 2015 14:10

Trommeln und Pfeifen. Gewählter und anerkannter Vertrauenskörperleiter bei Daimler im Westen - Marienfelde - ist er erst seit wenigen Monaten. Eine andere Art von Hoffnung.

Text und Fotos: Hilmar Franz